

J'ai le plaisir d'aider au lancement, en 1992, de ce colloque d'une importance capitale. Je suis aussi très heureux que M. Robert MacNeil soit notre animateur. Son succès dénote l'intérêt que le Canada porte à la qualité de ses exportations. Et, j'ose le dire avec une certaine témérité, c'est une leçon qui se répétera lorsque les Blue Jays de Toronto remporteront la série mondiale cet automne.

On m'a demandé d'aborder aujourd'hui le thème suivant : « Le climat économique mondial aujourd'hui, les perspectives et les dangers ». À mon avis, il est juste de dire que nous sommes confrontés à ces deux éléments et que, souvent, ils se confondent.

La mondialisation est maintenant devenue un thème familier des milieux d'affaires. Peut-être la meilleure illustration de ce fait nous est-elle fournie par l'histoire véridique d'une petite ville américaine, que la radio canadienne a relatée récemment. La ville avait acheté un tracteur Komatsu, puis s'en était débarrassée parce que l'opinion locale demandait un produit américain. Les loyaux magistrats municipaux achetèrent donc un produit John Deere, mais pour découvrir, plus tard, que le Komatsu était fait aux États-Unis et le John Deere au Japon.

La mondialisation signifie que les entreprises, certainement les grandes, mais de plus en plus les moyennes et les petites, doivent établir leurs stratégies dans une perspective internationale. Elles ne doivent pas appliquer cette perspective seulement dans le secteur de la vente des marchandises et des services, mais aussi dans la recherche de partenariats et d'alliances, lorsqu'elles investissent dans de nouvelles usines et un nouvel équipement, lorsqu'elles recrutent ou forment du personnel et repèrent de nouvelles sources de financement.

Les forces à l'oeuvre sont puissantes et inévitables. Comme M. Purdy Crawford, président et directeur de la multinationale canadienne Imasco Ltée, l'a déclaré :

«Aujourd'hui émerge une économie mondiale soumise à des forces telles que les changements structurels des systèmes politiques et économiques, la création de blocs régionaux de libre-échange, les systèmes informatiques et électroniques intégrés intercontinentaux et enfin, ce qui est peut-être le plus important de tout, une sensibilisation accrue des consommateurs à tous les choix qui s'offrent à eux.

En définitive, le résultat est que les économies d'aujourd'hui et de demain qui voudront réussir devront accepter de se montrer concurrentielles à l'intérieur et à l'extérieur de leurs frontières, à la fois du point de vue du prix, de la qualité et du service, si elles veulent répondre aux préférences des consommateurs. C'est uniquement de cette façon que l'on pourra dans l'avenir atteindre une prospérité nationale suffisante pour préserver